

三星 A80#VlogA 趣拍#短视频营销

广告主:三星

所属行业:数码 3C 类

执行时间: 2019.05.31-07.16

参选类别:短视频营销类

营销背景

2019 年 7 月,三星 A 系列新机上市,传统而直接的产品亮点传播已经很难让消费者为之买单,三星希望在微博,借助 vlog 新内容载体与 vlogger 新机个性化使用体验,以期实现新机型的用户前置沟通和多场景深度认知。

营销目标

三星 A 系列新机上市,通过社交吸引更多用户的关注,提高声量和认知。

策略与创意

案例视频: http://www.iqiyi.com/w_19sb259vql.html

核心策略:

突破传统流量思维,以好内容新载体的热点聚合、深度定制、社交传播,实现三星对用户关注力的 吸引、兴趣和回归。

传播创意:

- 1、趣味 vlog 征集和打榜机制,持续激发好内容产出和高黏性互动,让用户对三星品牌内容从被动接受到主动关注;
- 2、洞悉新生代消费者个性化兴趣,集结多领域 vlogger, 让用户对三星新机体验从单一场景到多场景沉浸;
- 3、借势微博社交热点自传播能力,将新机目标受众从 vlogger 粉丝扩大至全微博用户,并为三星新机沉淀真正有价值的用户关注。

执行过程/媒体表现

一、启动即引爆,好活动瞬间抢 C 位

5月31日起,三星A系列手机、@新浪旅游、@环球旅游周刊 联合发起#VlogA 趣拍#活动。预 热海报、奖励机制等信息发布,吸引 KOL 及大众参与。处于话题页 C 位的三星获得全程曝光,页面更有签到打卡等极具粘性的玩法,实现与大赛的强关联。





二、达人齐上阵 好内容助推新亮点

本次#VlogA 趣拍#为广大 Vlogger 连出四道命题作文:

- 1、6月10日-6月16日<u>"城市一日"</u>主题 Vlog 征集,鼓励用户用镜头记录城市中的点滴,呼应三星新机**超长续航**产品亮点。
- 2、6月17日-6月23日<u>"无边界大冒险"</u>主题,分享你新奇有趣的无边界生活,和勇于突破的探险精神,呼应三星新机**超大屏幕**产品亮点。
- 3、6月24日-6月30日<u>"我的AB面"</u>主题,让人意想不到的兴趣爱好,截然相反的两种身份,与众不同的经历体验,分享你的生活不同面!呼应三星新机**翻转镜头**产品亮点。
- 4、7月1日-7月10日开启<u>"生活不套路"</u>主题,想要不被生活禁锢,是时候跳出套路!勇敢迈出一步,开启你的反套路生活!呼应三星新机**翻转镜头**产品亮点。

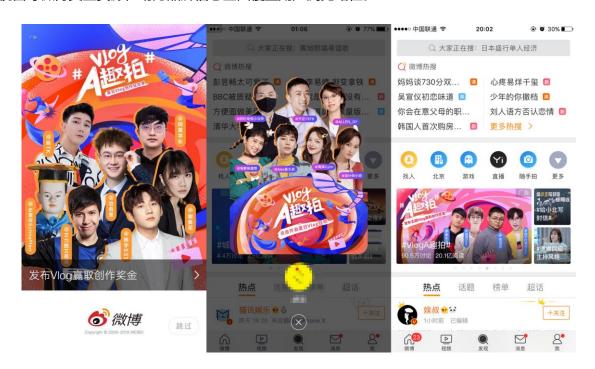
网感十足的主题引来网友戏精上身。娱乐、美妆、旅游等 12 位不同领域的 KOL 率先前来助阵,通过不同视角,助力品牌巧妙植入产品亮点,更有新浪吉祥物 "小浪" 献出自己的 Vlog 第一次,演绎程序员的生活日常,成功收获用户喜爱,整个过程中品牌权益随小尾巴自然刷脸。此外,还有众多头部 UCG 作者发布创意视频,趣味内容让用户好感度狂飙。





三、跨界全覆盖 好资源秀出存在感

此次活动,@新浪旅游等官微持续发博带动话题热度,共同打造活动声量。更有开机报头、热点大视窗等微博黄金资源,助力品牌信息全面覆盖用户浏览路径。



三星 A80 也在高光下迎来了自己的高亮时刻:万余大 V 成为话题自来水,@来去之间、@张大奕、@潘石屹等头部红人自发参与互动,赛事持续发酵;而各大蓝 V 和媒体的争相报道更是多维度展示品牌场景,完成优质背书。一场打破圈层的现象级活动就此诞生。











定期上线哦~[嘿哈][嘿哈]

张大奕eve的微博视频







朋友们,第二期vlog来啦,紧张! 从港珠澳大桥 到澳门的美食、蹦极之旅。蹦极我就不多说了, 贵在真实吧哈哈哈哈。所有吃的、玩的地方都附 上了详细地址, 想旅行的朋友可以马一下, 看到 最后有彩蛋哈!

#VlogA趣拍##小马甲的VLOG# 口回忆专用小马 甲的微博视频 ②抽奖详情







现在就安安静静地看看我的vlog~你们的娱乐香

#channeleve# #张大奕VLOG# #VlogA趣拍# 口

营销效果与市场反馈

站在 Vlog 风口的三星,以优质内容为核心,巧借 KOL 与媒体突破传统流量思维,在更细分的兴趣 场景下与年轻消费者沟通,成功导演了一场内容营销大戏。

吸引了超过 13000+博主自发参与, 其中包括 3400+头部用户;

参与用户数共计达到 849,522;

带动 41.4 亿的话题阅读量和 177 万的话题讨论量;

带话题视频发布量 12,871, 视频总播放量 4.8 亿+。

"三星" 微博提及量提升 84%, "三星 A" 微博提及量提升 202%;

"三星"品牌喜爱度提升率达 56.8%, 品牌购买意愿提升率达 221.5%;

"三星 A80"产品认知度提升率达 143.2%,产品购买意愿提升率达 62.4%。

(数据来源:媒体平台—微博、第三方调研—AdMaster)